



RESUME SKRIPSI

HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. CAHAYA KARUNIA PERSADA

DI WILAYAH JAKARTA UTARA

Galen Ewaldo

2915088@student.kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Prof.Dr.Ir.Bilson Simamora, M.M

bilson.simamora@kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRACT

Galen Ewaldo / 29150188 / 2022 / *Relationship of Service Quality and Sales Promotion on PT. Cahaya Karunia Persada Customer Satisfaction in West Jakarta Area* / Prof.Dr.Ir.Bilson Simamora, M.M.

Indonesia is one of the best tea producing countries in the world. Nearly half of tea production is exported abroad. In fact, tea itself is very close to the hearts of Indonesian people for consumption all the time. So do not be surprised if its popularity is skyrocketing because it is easy to consume with various ages and economic statuses, it has even become a culture in several countries. Now there are various types of tea on the market in order to satisfy people's tastes for the aroma and taste of tea. Therefore, researchers are interested in conducting a study entitled *The Relationship of Service Quality and Sales Promotion To Customer Satisfaction At PT. Cahaya Karunia Persada in the West Jakarta Region.*

In this study, the author uses various theories to better understand the meanings and concepts related to the discussion of this thesis. These theories include: Service Quality Theory, Sales Promotion, and Customer Satisfaction. The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variable in this study is the differentiation of service quality and sales promotion, while the dependent variable in this study is customer satisfaction.



Sampling in this study were 100 respondents who were carried out by distributing questionnaires in the form of google form. The object of this research is the respondent PT.Cahaya Karunia Persada. Meanwhile, the samples in this study are customers of PT.Cahaya Karunia Persada. The sampling procedure is in accordance with the criteria that have been determined by the author with the consideration factor, namely the respondent / customer at PT. Cahaya Karunia Persada. The data analysis technique used is validity test, reliability test, descriptive analysis, and correlation test.

The results of this study indicate that the variables of service quality and sales promotion have a positive relationship to customer satisfaction. With these results, it can be indicated that the better the quality of service and sales promotion, the more customer satisfaction will be.

The conclusion of this study is that service quality and sales promotion have a positive correlation with customer satisfaction in accordance with previous research. The author suggests that PT.Cahaya Karunia Persada can conduct research and development in order to adapt to the times and customer needs in the future.

Keywords: Service Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Galen Ewaldo / 29150188 / 2022 / Hubungan Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat / Bapak Prof.Dr.Ir.Bilson Simamora, M.M.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil teh terbaik di dunia. Hampir setengah dari produksi teh diekspor keluar negeri. Bahkan, teh sendiri sangat lekat di hati masyarakat Indonesia untuk konsumsi sepanjang waktu. Maka tak heran apabila kepopulerannya kian meroket karena mudah dikonsumsi dengan beragam usia dan status ekonomi, bahkan telah menjadi budaya di beberapa negara. Kini ada beragam jenis teh di pasaran demi memuaskan selera orang akan aroma serta rasa teh.. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Hubungan Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada di Wilayah Jakarta Barat.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan berbagai teori untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini. Teori-teori tersebut meliputi Teori Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, dan Kepuasan Pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah diferensiasi kualitas layanan dan promosi penjualan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk *google form*. Objek dari penelitian ini adalah responden PT.Cahaya Karunia Persada.Sedangkan yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah pelanggan PT.Cahaya Karunia Persada (*Blesstea*). Prosedur pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis dengan faktor pertimbangannya yaitu responden atau



pelanggan pada PT.Cahaya Karunia Persada. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis deskriptif, dan uji korelasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan promosi penjualan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan dan promosi penjualan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan dan promosi penjualan terbukti berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan penelitian terdahulu. Penulis menyarankan agar PT.Cahaya Karunia Persada dapat melakukan penelitian dan pengembangan agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pelanggan di masa yang akan datang.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern yang semakin berkembang saat ini, serta turut didukung oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih, turut pula membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis yang tidak lepas dari adanya persaingan yang semakin ketat. Persaingan bisnis yang semakin ketat pun menuntut setiap pelaku usaha untuk dapat menyesuaikan diri mengikuti perubahan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang baik dan unik dalam memikat hati masyarakat karena pada era modern seperti saat ini masyarakat sudah melek akan teknologi informasi yang ada.

Namun dengan adanya pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. *Novel Coronavirus* 2019 (2019-nCoV) atau yang lebih dikenal dengan nama virus corona merupakan virus yang dapat menyebabkan gangguan sistem pernapasan, pneumonia (infeksi paru-paru) yang bersifat akut, dan gagal ginjal. WHO secara resmi memberikan nama COVID-19 (*Coronavirus disease* 2019) untuk virus Corona ini. Di Indonesia, berdasarkan data terbaru pertanggal 28 September 2020, pasien sembuh dari Covid-19 per 28 September 2020 bertambah lagi sebanyak 3.856 kasus. Jumlah total pasien sembuh secara nasional kini mencapai 206.870 kasus.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.1

Jumlah Terpapar COVID-19 Di Indonesia



Sumber : Pasien Sembuh Harian Melampaui Penambahan Kasus Positif Baru (2020, 28 September). *covid19.go.id*. Diakses melalui <https://covid19.go.id/p/berita/pasien-sembuh-harian-melampaui-penambahan-kasus-positif-baru->, 30 September 2020.

Pandemi Covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan *online*, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen mengalami keterbatasan untuk melakukan pembelian secara langsung. Pelaku usaha juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan pelayanan, dan penyesuaian promosi penjualan untuk dapat menarik konsumen. Menurunnya penjualan dan daya beli konsumen juga sangat berpengaruh terhadap bisnis, untuk itu pelaku usaha perlu membangun hubungan baik dan kepercayaan kepada konsumen dengan menerapkan sistem protokol kesehatan di lingkungan usahanya. Salah satu aspek kualitas pelayanan yaitu *relationship marketing* merupakan orientasi bisnis yang terfokus pada menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan membangun hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentuk kepuasan pelanggan (Kotler, Philip dan Armstrong, 2012). Perusahaan dituntut untuk memiliki suatu keunikan yang dapat memikat konsumen dalam rangka mempertahankan sekaligus merebut pangsa pasar, sehingga produk yang di hasilkan memiliki kesan terhadap konsumen, walaupun ditengah kondisi pandemi konsumen masih tertarik untuk membeli produk.



Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis seperti saat ini. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka waktu yang panjang, bahkan jika meungkinkan untuk selamanya. Dunia usaha selalu mengalami perkembangan dan perubahan yang cepat, sehingga menuntut perusahaan untuk dapat merespon perubahan-perubahan yang terjadi tersebut dengan cepat dan tepat. Ketidak mampuan perusahaan merespon persaingan atau kondisi pasar yang ada secara tepat dapat menurunkan kepuasan pelanggan bahkan dapat mengakibatkan pelanggan berpindah ke merek lainnya.

Tanpa adanya kepuasan pelanggan, perusahaan tidak akan berkembang dengan baik, bahkan dapat mengalami penurunan usaha yang bisa mengancam eksistensi perusahaan tersebut. Isu penting yang dihadapi perusahaan - perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik bagi pelanggan dan mempertahankannya, agar dapat terus bertahan dan berkembang. Membangun rasa kepuasan dalam diri pelanggan bukanlah sesuatu perkara yang mudah untuk dilakukan dengan proses yang instant. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tetap mampu bertahan ditengah persaingan. Melakukan komunikasi pemasaran secara baik dengan pelanggan, akan mengakibatkan hubung anantara perusahaan dengan pelanggan akan semakin erat dan harmonis. Salah satu strategi komunikasi pemasaran yang baik adalah dengan melakukan promosi penjualan.

Pada dasarnya kualitas layanan dan promosi penjualan bertumpu pada upaya memuaskan keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan harapan pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan dan promosi penjualan merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Seiring berjalannya waktu, masyarakat yang konsumtif mulai menjadi konsumen yang kritis terutama dalam hal yang terkait dengan kepuasannya sebagai konsumen. Pelayanan yang sebenarnya yang diinginkan oleh pelanggan adalah bagaimana karyawan dapat memperlakukan atau memberikan layanan yang baik terhadap pelanggan. Dengan banyaknya masalah dimana karyawan tidak cepat/tanggap dalam memenuhi permintaan atau dalam hal menyelesaikan masalah dari konsumen, serta hal lainnya mengakibatkan banyak konsumen yang akhirnya kecewa dan merasa tidak puas dengan pelayanan yang buruk tersebut, dan masih banyak lagi hal – hal yang membuat pelanggan



akhirnya menyimpulkan bahwa mereka tidak puas terhadap pelayanan. Hal tersebut memberikan tekanan tersendiri bagi para pebisnis, sehingga diperlukan strategi untuk dapat menarik perhatian dari pelanggan, terutama dalam hal mencapai kepuasan pelanggan. Kemampuan dan keahlian pebisnis dalam menciptakan strategi – strategi yang baik agar tetap dapat bersaing dengan para kompetitornya di dalam dunia industri tak terlepas juga dari berbagai macam masalah yang timbul, salah satunya adalah persaingan produk sejenis yang banyak di jumpai dimanapun.

Berkaitan dengan masa pandemi covid-19 sekarang ini maka menjaga imunitas merupakan kunci utama agar tidak tertular virus tersebut. Pada dasarnya, tubuh manusia memiliki sistem imun untuk melawan virus dan bakteri penyebab penyakit. Namun ada hal lain yang dapat melemahkan system imun atau daya tahan tubuh seseorang, antara lain penuaan, kurang gizi, penyakit, bahkan obat – obatan tertentu. Oleh karena itu fungsi sistem imun perlu senantiasa di jaga agar daya tahan tubuh kuat. Menurut Amal dan Dartiana (2020, 6 April) ada lima makanan yang dapat meningkatkan imunitas tubuh yaitu:

1. Teh Hitam

Teh hitam memiliki kandungan yang dapat membantu Anda melindungi tubuh dari serangan berbagai jenis virus.

2. Bawang Putih

Kandungan *allicin* dalam bawang putih membantu imunitas tubuh anda dalam melawan virus influenza, HIV, dan herpes simpleks.

3. Jahe

Jahe memiliki kandungan sitokin yang mendorong sel tubuh untuk mengeluarkan zat penghambat infeksi virus.

4. Kayu Manis

Ekstrak kayu manis yang mengandung zat *cinnamaldehyde* memicu terjadinya efek antivirus, yakni memperlambat pertumbuhan virus.

5. Yoghurt

Kandungan bakteri probiotik dalam yoghurt membantu menghentikan aktivitas virus dalam tubuh kita, sehingga kita bisa lebih cepat sembuh dari sakit.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Selain yang disebutkan di atas, buah dan sayur seperti jeruk, lemon, pepaya, kiwi, brokoli, bayam, paprika, serta rempah seperti kunyit juga berkhasiat untuk meningkatkan kekebalan tubuh. Namun, perlu anda ingat bahwa mengonsumsi makanan tersebut akan benar-benar berkhasiat bila didukung dengan kebiasaan mengonsumsi gizi seimbang, olahraga yang teratur, tidur yang cukup, dan jauhi stres. Menurut Amal dan Dartiana (2020, 6 April) Cegah infeksi virus corona dengan meningkatkan imunitas tubuh.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil teh terbaik di dunia. Hampir setengah dari produksi teh diekspor keluar negeri. Bahkan, teh sendiri sangat lekat di hati masyarakat Indonesia untuk konsumsi sepanjang waktu. Maka tak heran apabila kepopulerannya kian meroket karena mudah dikonsumsi dengan beragam usia dan status ekonomi, bahkan telah menjadi budaya di beberapa negara. Kini ada beragam jenis teh di pasaran demi memuaskan selera orang akan aroma serta rasa teh. Umumnya, teh yang dikonsumsi oleh orang Indonesia adalah teh melati dan teh hijau. Namun, ada jenis teh lain yang memiliki manfaat luar biasa dan kini mampu menembus pasar Internasional yang diminati mancanegara yaitu teh hitam. Meskipun sekilas teh hitam nampak kurang populer jika dibandingkan dengan teh hijau atau teh melati namun teh hitam ini memiliki manfaat terhadap kesehatan manusia, antara lain sebagai antioksidan untuk mencegah kanker, menurunkan resiko serangan jantung, mencegah radikal bebas dan dapat melancarkan pencernaan. Teh hitam juga berasal dari daun teh *Camellia Sinesis*. Tak hanya dari segi warna, teh hitam yang lebih teroksidasi juga menghasilkan kandungan kafein yang lebih tinggi. Itu sebabnya, teh hitam juga diandalkan oleh orang yang tak ingin minum kopi namun membutuhkan manfaat kafein kopi.

Salah satu perusahaan yang memasarkan produk teh hitam di Indonesia adalah PT. Cahaya Karunia Persada (CAKAP). PT. Cahaya Karunia PersaCAKAP) adalah perusahaan swasta nasional dengan sistem *Multi Level Marketing* murni yang memasarkan dan mendistribusikan brand atau produk *BlessTea* atau Teh Hitam *Orthodox* pilihan yang terbuat dari tiga pucuk daun teh teratas *Camellia Sinensis varietas Assamica*, serta di proses secara alam dan murni tanpa bahan pengawet yang dipasarkan PT. Cahaya Karunia Persada yang beralamat di jalan Daan Mogot, Km 14,5 Jakarta Barat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.2

Jajaran Produk PT. Cahaya Karunia Persada



Sumber : Jajaran Produk PT. Cahaya Karunia Persada (n.d). *Produk PT. CAKAP cakap.co.id*.
 Diakses melalui www.cakap.co.id/home/produk/blesstea , 4 Oktober 2020

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan strategi bertahan PT. Cahaya Karunia Persada yang meliputi kualitas pelayanan dan promosi penjualan sehingga membuat pelanggan merasa puas dan mampu terus bertahan serta menjadi lebih responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi covid-19. Melihat latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai PT. Cahaya Karunia Persada di Jakarta Barat dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah dengan judul:

“Hubungan Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada Di Wilayah Jakarta Barat”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di atas, maka masalah – masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian in adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat?
2. Apakah promosi penjualan berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat?



3. Variabel manakah di antara kualitas layanan atau promosi penjualan yang paling dominan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat?

C. Batasan Penelitian

Penulis menyadari akan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya dalam melakukan penelitian ini, maka batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah PT. Cahaya Karunia Persada.
2. Subjek penelitian adalah pelanggan dari PT. Cahaya Karunia Persada.
3. Ruang lingkup penelitian akan dilaksanakan pada wilayah Jakarta Barat.
4. Waktu penelitian ini adalah Oktober 2020 – Agustus 2022.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, batasan masalah dan batasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Hubungan Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada Di Wilayah Jakarta Barat”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui korelasi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui korelasi promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui variabel manakah diantara kualitas layanan atau promosi penjualan yang paling dominan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat.



F. Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Perusahaan

a. Sebagai bahan masukan dan tambahan informasi, serta acuan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan, pengambilan keputusan dan juga dalam berinovasi bagi PT. Cahaya Karunia Persada.

b. Memberikan informasi mengenai seberapa besar korelasi kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada.

c. Memberikan rekomendasi yang bersifat saran untuk meningkatkan kualitas layanan dan promosi penjualan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membuat peneliti lebih mendapat wawasan yang lebih luas tentang variabel kualitas layanan dan promosi penjualan serta dapat juga bisa dijadikan sumber informasi, referensi dan pedoman bagi peneliti lain yang akan meneliti hubungan kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat membuat penelitian dengan lebih baik lagi.

3. Bagi Ilmu Pemasaran dan Pelaku Usaha

a. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan.

b. Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan.

c. Sebagai bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha yang ingin menjalankan bisnisnya.

4. Bagi Pihak lainnya

Diharapkan hasil penelitian ini menambah wawasan dan ilmu pengetahuan setelah membaca keseluruhan isi penelitian ini yang dapat diterapkan dalam dunia kerja maupun kehidupan sehari – hari.

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
akipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



METODELOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah PT. Cahaya Karunia Persada. Sedangkan untuk subjek penelitian ini adalah pelanggan PT. Cahaya Karunia Persada yang berlokasi di Jakarta Barat. Penulis menyebarkan kuisioner melalui *google form* kepada 100 responden .

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014 : 126), desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan prespektif. Berikut adalah desain penelitian yang diutarakan oleh Cooper dan Shindler dalam *Business Research Method* : Tingkat Perumusan Masalah, Metode Pengumpulan Data, Pengendalian Variabel – Variabel Oleh Peneliti, Tujuan Penelitian, Dimensi Waktu, Berdasarkan Cakupan Topik, Ruang Lingkup Penelitian, Berdasarkan Persepsi Subjek.

C. Variabel Penelitian

Dalam batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Variabel Terikat (Independen Variabel)

a. Kualitas Layanan

Menurut Kotler (2012:153) kualitas layanan yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

b. Promosi Penjualan

Menurut Laksana (2019 : 129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang , serta bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Variabel Bebas (Dependen Variabel)

a. Kepuasan Pelannggan

Menurut Kotler dan Keller (2016 :153) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi makan akan puas.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tetentu sehingga dapat mewakili populasinya. Teknik sampling *non – probability sampling* merupakan teknik yang memberikan peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pendekatan yang digunakan adalah *Judment Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu ,dimana pengambilan anggota sampelnya harus dilakukan oleh responden yang sudah mengkonsumsi / merasakan pelayanan tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode *survey* yang dikelola dengan menggunakan kuisoner. Sumber data yang dibutuhkan berupa data primer yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya dengan cara menyebarkan kuisioner. Kuisioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis dan dapat dilakukan interpretasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Duwi Priyantno (2016 : 143), merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dasar Pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu :

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel (0,361), maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner berkoreklasi signifikan terhadap skor total (hasil valid).
- b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel (0,361), maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner tidak berkoreklasi signifikan terhadap skor total (hasil valid).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi Priyatno (2016: 143) Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau jika tidak pengukuran harus diulang. Instrumen kuisisioner yang tidak reliabel maka dikatakan tidak konsisten untuk pengukuran jadi tidqak dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode Cronbach Alpha dengan taraf signifikansi 5% maka apabila r hitung $>$ r tabel, berarti item tersebut dinyatakan diterima (reliabel) sedangkan r hitung $<$ r tabel, berarti item tersebut dinyatakan tidak diterima (tidak reliabel). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila hasil $a > 0,70=$ reliabel dan hasil $a < 0,70=$ tidak reliabel.

3. Analisis Deskriptif

Menuruti Duwi Priyatno (2016 : 10), analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti rata-rata, median, modus, dan devisiasi standar. Tujuan analisis deskriptif menurut Ghozali (2018:19), analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pertanyaan mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan. Analisis data secara deskriptif dapat dihitung dengan menggunakan cara-cara sebagai berikut:

a. Rata-rata(Mean)

Rata-rata merupakan ukuran pemusatan yang sangat sering digunakan. Keuntungan dari menghitung rata-rata adalah angka tersebut dapat digunakan sebagai gambaran atau wakil dari data yang diamati.



b. Modus

Modus adalah nilai yang paling sering muncul dari serangkaian data. Modus tidak dapat digunakan sebagai gambaran mengenai data.

c. Median atau Nilai Tengah

Median merupakan suatu nilai ukuran pemusatan yang menempati posisi tengah setelah data diurutkan.

4. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2018 : 93) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seorang atau sekelompok tentang gejala atau fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

5. Uji Korelasi

Menurut Ghazali (2018 : 95) Uji korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel / lebih. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Koefisien korelasi ini dilambangkan dengan huruf r , di mana nilai r bervariasi di rentang -1 sampai $+1$. Nilai r yang mendekati angka -1 atau $+1$ memberikan informasi bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan angka r yang dekat dengan angka Nol, menggambarkan bahwa hubungan antar variabel memiliki nilai rendah. Korelasi positif atau negatif menandakan apakah hubungan keduanya saling searah atau berkebalikan. Korelasi positif, menunjukkan kenaikan X diikuti kenaikan Y . Sedangkan korelasi negatif, menunjukkan kenaikan X diikuti penurunan Y .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. ANALISIS HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu para pelanggan dari PT.Cahaya Karunia Persada. Dari hasil kuesioner, penulis dapat merangkum data yang diperoleh sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.1 – 4.3, masing - masing item pernyataan dalam indikator variabel kualitas layanan, variabel promosi penjualan, dan variabel kepuasan pelanggan tersebut memiliki nilai lebih besar dari 0,361 ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka dapat disimpulkan bahwa masing - masing pernyataan dalam item indikator variabel kualitas layanan, variabel promosi penjualan, dan variabel kepuasan pelanggan kualitas layanan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari nilai *Cronbach Alpha* pada tabel 4.4 - 4.6 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *Alpha* yang cukup besar di atas 0,70 ($r_{hitung} > r_{tabel}$) sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing item indikator pernyataan dalam variabel kualitas layanan, variabel promosi penjualan, dan variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel berarti bahwa kuisisioner yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan kuisisioner yang handal.

3. Profil Responden

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa sebagian besar pelanggan merupakan responden wanita dengan persentase yang lebih besar, yaitu sebesar 58% dibandingkan responden pria yang memiliki persentase sebesar 42%. Dari data berikut dapat disimpulkan bahwa responden penelitian yang lebih banyak berlangganan pada PT.Cahaya Karunia Persada adalah wanita.



b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa sebagian besar pelanggan produk Blesstea oleh PT.Cahaya Karunia Persada adalah responden berusia 42-50 tahun dengan persentase sebesar 30%, berusia lebih dari 50 tahun dengan persentase sebesar 22%, berusia 33-41 tahun sebesar 21%, berusia 24-32 tahun sebesar 17%, dan berusia 15-23 tahun yang memiliki persentase sebesar 10%. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa responden penelitian yang lebih banyak berlangganan pada PT.Cahaya Karunia Persada adalah responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 30 orang, dan responden yang lebih sedikit berlangganan berusia 15-23 sebanyak 10 orang.

c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa sebagian besar pelanggan produk Blesstea oleh PT.Cahaya Karunia Persada adalah responden berusia 42-50 tahun dengan persentase sebesar 30%, berusia lebih dari 50 tahun dengan persentase sebesar 22%, berusia 33-41 tahun sebesar 21%, berusia 24-32 tahun sebesar 17%, dan berusia 15-23 tahun yang memiliki persentase sebesar 10%. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa responden penelitian yang lebih banyak berlangganan pada PT.Cahaya Karunia Persada adalah responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 30 orang, dan responden yang lebih sedikit berlangganan berusia 15-23 sebanyak 10 orang.

4. Rata-rata (*Mean*)

a. Kualitas Layanan

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa kualitas layanan PT. Cahaya Karunia Persada berada pada rentang yang baik, yaitu dengan skor 4,5638. Skor tersebut menunjukkan bahwa responden sangat memperhatikan kualitas layanan yang diberikan oleh PT.Cahaya Karunia Persada.

b. Promosi Penjualan

Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa promosi penjualan PT. Cahaya Karunia Persada berada pada rentang yang baik, yaitu dengan skor 4,4518. Skor tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menunjukkan bahwa responden / pelanggan sangat tertarik atas promosi penjualan yang diberikan oleh PT.Cahaya Karunia Persada.

c. Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan PT. Cahaya Karunia Persada berada pada rentang yang setuju yaitu 4,5516. Skor tersebut menunjukkan bahwa responden / pelanggan merasa puas atas apa telah yang diberikan oleh PT.Cahaya Karunia Persada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Modus & Median

a. Kualitas Layanan

Berdasarkan tabel 4.13 nilai modus dari hasil tanggapan responden yang paling banyak keluar adalah angka 5 yang berarti kesetujuan dari respon konsumen namun nilai modus dari hasil tanggapan responden yang paling jarang keluar adalah angka 1 yang berarti sangat ketidak setujuan dari respon pelanggan hal tersebut mengartikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Cahaya Karunia Persada cukup baik. Dan juga hasil tanggapan responden pada nilai median variabel kualitas layanan adalah angka 5 yang dapat diartikan cukup baik.

b. Promosi Penjualan

Berdasarkan tabel 4.14 nilai modus dari hasil tanggapan responden yang paling banyak keluar adalah angka 5 yang berarti kesetujuan dari respon konsumen namun nilai modus dari hasil tanggapan responden yang paling jarang keluar adalah angka 1 yang berarti sangat ketidak setujuan dari respon pelanggan hal tersebut mengartikan bahwa promosi penjualan yang diberikan oleh PT. Cahaya Karunia Persada cukup baik. Dan juga hasil tanggapan responden pada nilai median variabel kualitas layanan adalah rentang angka 4 – 5 yang dapat diartikan cukup baik.

c. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.15 nilai modus dari hasil tanggapan responden yang paling banyak keluar adalah angka 5 yang berarti kesetujuan dari respon konsumen namun nilai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



modus dari hasil tanggapan responden yang paling jarang keluar adalah angka 1 yang berarti sangat ketidaksetujuan dari respon pelanggan hal tersebut mengartikan bahwa pelanggan PT. Cahaya Karunia Persada merasa dan mengalami kepuasan dalam dirinya sebagai pelanggan. Dan juga hasil tanggapan responden pada nilai median variabel kepuasan pelanggan adalah angka 5 yang dapat diartikan cukup baik.

6. Uji Korelasi

Berdasarkan tabel 4.16 uji korelasi dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji *Pearson Correlation*. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai pada kolom *asymp.sig. (2-tailed)* sebesar 0.000, atau probabilitas dibawah 0.05 ($0.00 < 0.05$) yang dapat disimpulkan bahwa residual data penelitian ini berdistribusi normal. Dan nilai pada kolom *Pearson Correlation* diperoleh koefisien korelasi (r) antara kualitas layanan dengan promosi penjualan sebesar 0,683 yang berarti ada hubungan/ korelasi serta memiliki tingkat hubungan cukup, korelasi antara promosi penjualan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,719 yang berarti ada hubungan/ korelasi serta memiliki tingkat hubungan kuat, korelasi antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan sebesar 0,907 yang berarti ada hubungan/ korelasi serta memiliki tingkat hubungan sangat kuat. Dengan kata lain apabila kualitas layanan meningkat maka promosi jualan juga ikut meningkat, apabila promosi penjualan meningkat maka kepuasan pelanggan pun meningkat, serta kepuasan pelanggan yang meningkat maka kualitas layanan juga akan meningkat (ada hubungan antara kualitas layanan dan promosi penjualan dengan kepuasan pelanggan).

Alasan penulis menggunakan metode korelasi yaitu dengan uji *pearson correlation* dikarenakan pada tahap pengujian regresi pada uji asumsi klasik yaitu uji normalitas hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 yang berarti probabilitas dibawah 0.05 ($0.00 < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data penelitian dengan metode uji normalitas ini berdistribusi tidak normal. Maka dari hal tersebut metode regresi dan uji asumsi klasik kurang tepat untuk penelitian ini. Sedangkan dengan metode korelasi atau hasil uji korelasi tersebut menunjukkan nilai pada kolom *asymp.sig. (2-tailed)* sebesar 0.000, atau probabilitas dibawah 0.05 ($0.00 < 0.05$) yang dapat disimpulkan bahwa residual data penelitian ini berdistribusi normal.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



B. Pembahasan

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan. Peran kualitas layanan sangat dibutuhkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat nilai pada kolom *Pearson Correlation* diperoleh koefisien korelasi (r) antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan dengan yaitu sebesar 0,907 yang berarti menerima hubungan/ korelasi antara kedua variable yang ada serta memiliki tingkat hubungan dengan rentang sangat tinggi / sangat kuat. Kualitas layanan memiliki korelasi yang sangat tinggi / sangat kuat dalam penelitian ini dikarenakan sebagian besar pelanggan PT. Cahaya Karunia Persada merupakan konsumen dan sekaligus juga distributor yang merasakan secara langsung bagaimana hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan sangatlah erat. Dengan kata lain apabila kualitas layanan berhubungan / berkorelasi positif dengan kepuasan pelanggan, maka dapat disimpulkan kualitas layanan yang meningkat lebih baik akan berdampak lebih baik pula pada tingkat kepuasan pelanggan. (ada hubungan / korelasi positif dan tingkat hubungan yang sangat tinggi / sangat kuat antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan).
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi penjualan berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peran promosi penjualan sangat dibutuhkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat nilai pada kolom *Pearson Correlation* diperoleh koefisien korelasi (r) antara promosi penjualan dengan kepuasan pelanggan dengan yaitu sebesar 0,719 yang berarti menerima hubungan/ korelasi antara kedua variabel yang ada serta memiliki tingkat hubungan dengan rentang tinggi / kuat. Promosi penjualan memiliki korelasi yang tinggi / kuat dalam penelitian ini dikarenakan sebagian besar pelanggan PT. Cahaya Karunia Persada merupakan konsumen dan sekaligus juga distributor yang merasakan secara langsung bagaimana manfaat dalam promosi penjualan dengan kepuasan pelanggan yang saling menguntungkan satu sama lain . Dengan kata lain apabila promosi penjualan berhubungan / berkorelasi positif dengan kepuasan pelanggan, maka dapat disimpulkan promosi penjualan yang meningkat lebih baik akan berdampak lebih baik pula pada tingkat kepuasan pelanggan. (ada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



hubungan / korelasi positif dan tingkat hubungan yang tinggi / kuat antara promosi penjualan dengan kepuasan pelanggan).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan dan promosi penjualan juga saling berhubungan / berkorelasi positif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan promosi berpengaruh signifikan terhadap promosi penjualan. Hal ini terlihat nilai pada kolom *Pearson Correlation* diperoleh koefisien korelasi (r) antara kualitas layanan promosi dengan promosi penjualan yaitu sebesar 0,683 yang berarti menerima hubungan/ korelasi antara kedua variabel yang ada serta memiliki tingkat hubungan dengan rentang cukup kuat. Kualitas layanan dan promosi penjualan memiliki korelasi yang cukup kuat dalam penelitian ini dikarenakan sebagian besar pelanggan PT. Cahaya Karunia Persada merupakan konsumen dan sekaligus juga distributor yang merasakan secara langsung bagaimana manfaat dalam promosi penjualan dengan kualitas layanan yang saling menguntungkan satu sama lain . Dengan kata lain apabila kualitas layanan berhubungan / berkorelasi positif dengan promosi penjualan, maka dapat disimpulkan kualitas layanan dan promosi penjualan yang saling besinergi meningkat lebih baik akan berdampak lebih baik pula pada kedua variabel tersebut karena saling menguntungkan satu sama lainnya. (ada hubungan / korelasi positif dan tingkat hubungan yang cukup kuat antara kualitas layanan dan promosi penjualan).
 4. Hasil penelitian menyatakan bahwa korelasi yang paling dominan / yang dapat diurutkan dari yang sangat tinggi sampai yang cukup pada penelitian ini adalah sebagai berikut: pertama, variabel kualitas layanan berkorelasi positif dengan variabel kepuasan pelanggan dengan yang tingkat hubungan sangat tinggi/ sangat kuat. Kedua, variabel promosi penjualan berkorelasi positif dengan variabel kepuasan pelanggan dengan tingkat hubungan tinggi / kuat. Ketiga variabel kualitas layanan berkorelasi positif dengan variabel promosi penjualan dengan tingkat hubungan cukup kuat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan berkorelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT.Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat dengan kata lain kualitas layanan berperan aktif dan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT.Cahaya Karunia Persada.
2. Promosi Penjualan berkorelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat dengan kata lain promosi penjualan turut serta berperan aktif dan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT.Cahaya Karunia Persada.
3. Variabel kualitas layanan yang paling dominan berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat karena variabel kualitas layanan berkorelasi positif dengan variabel kepuasan pelanggan dengan tingkat hubungan yang sangat tinggi/ sangat kuat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di BAB sebelumnya, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. PT.Cahaya Karunia Persada memiliki kualitas layanan yang sudah cukup baik berdasarkan penilaian pelanggan, namun akan lebih baik jika melakukan evaluasi atas kualitas layanan yang diberikan. Evaluasi yang dimaksud adalah perusahaan bisa melakukan berbagai macam strategi salah satunya dengan melakukan evaluasi layanan di setiap periode tertentu untuk mengetahui perkembangan tingkat kepuasan pelanggan yang ada, sehingga bisa mengetahui kekurangan-kekurangan yang ada dan selalu memperbaiki kualitas layanan setiap periodenya agar pelanggan tetap setia dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.



2. PT.Cahaya Karunia Persada memiliki promosi penjualan yang sudah cukup baik berdasarkan penilaian pelanggan, namun akan lebih baik jika melakukan evaluasi atas promosi penjualan yang diberikan. Evaluasi yang dimaksud adalah perusahaan bisa melakukan berbagai macam strategi salah satunya dengan melakukan evaluasi promosi penjualan dengan memberikan promosi harga dalam periode tertentu maupun pembaharuan kemasan dalam periode tertentu untuk mengetahui perkembangan tingkat kepuasan pelanggan yang ada, sehingga bisa mengetahui kekurangan-kekurangan yang ada dan selalu memperbaikinya agar pelanggan tetap setia dan merasa puas akan promosi penjualan yang diberikan oleh perusahaan.
3. PT.Cahaya Karunia Persada memiliki kepuasan pelanggan yang sudah cukup baik berdasarkan penilaian pelanggan. Langkah berikutnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan melakukan evaluasi di setiap periode tertentu untuk mengetahui perkembangan tingkat kepuasan pelanggan yang ada, sehingga bisa mengetahui kekurangan-kekurangan yang ada, serta selalu memperbaiki di setiap periodenya agar pelanggan tetap setia dan merasa puas akan kualitas layanan mau pun promosi penjualan yang diberikan oleh perusahaan.
4. Penulis yang akan datang diharapkan dapat melakukan lebih spesifik dari pada penulis sekarang, dapat dengan menggunakan pengumpulan data melalui kuisioner fisik sehingga hasil yang diperoleh dapat mewakili semua kalangan. Penulis selanjutnya juga diharapkan dapat dikembangkan dengan cara menambah variabel lainnya sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks detail dan lebih baik lagi.
5. Penulis yang akan datang diharapkan dapat melakukan penelitian lebih detail lagi tentang hubungan teori yang ada dan dikaitkan dengan masalah yang ada.
6. Saran penulis terhadap perusahaan adalah PT.Cahaya Karunia Persada dapat terus mempertahankan bahkan meningkatkan apapun yang dicapai saat ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



7. Walaupun pencapaian sudah cukup baik tetapi bukan berarti pencapaian cukup sampai saat disini tetapi harus tetap memperhatikan hal lain yang bertujuan meningkatkan hubungan kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Perj syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena masih diberikan kesehatan, dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul **“Hubungan Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat”**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam upaya menyusun laporan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak doa, bantuan, bimbingan, kritik, saran, dukungan, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada berbagai pihak yang sebesar – besarnya, yaitu :

1. Prof.Dr.Ir.Bilson Simamora, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, kritik serta saran ditengah kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajar dan memberikan semangat kepada penulis dari semester awal hingga akhir dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan semua mata kuliah yang diikuti dengan cukup baik.
3. Orang Tua, Adik, Keluarga Besar yang senantiasa selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat, dan memotivasi penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Teman – teman penulis yang telah mendukung, mendoakan, memotivasi, dan memberikan semangat tiada henti dalam proses penyusunan skripsi ini khususnya teman satu angkatan 2015 yaitu Anton, Kevin Eka Suryaputra, Laura Sintia, Regina.
5. Teman – teman Komunitas rohani kristen PD MALEAKHI di IBIKKG yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.



6. Teman – teman Komunitas rohani kristen Youth Trigger di Gereja GBI JL. Mutiara yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

7. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk dimintai informasi oleh penulis.

8. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu yang telah membantu dan berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan cukup baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan mempunyai keterbatasan baik isi maupun penyajiannya. Karena itu penulis dengan hati terbuka akan menerima segala saran dan kritik yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan dari skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan serta masukan bagi penelitian skripsi selanjutnya.

Daftar Pustaka

Buku :

Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi 13. Bandung: ALFABETA.

Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Heryanto, I. & Triwibowo, T. (2018). *Path Analysis Menggunakan SPSS Dan EXCEL (Two In One – All Version) Panduan Pengolahan Data Penelitian Untuk Skripsi / Tesis*. Bandung : INFORMATIKA.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta. Erlangga

Laksana Fajar. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifa Mediatama.

Priansa, Donni Juni (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : Pustaka Setia.

Sarwono Jonathan. (2018). *Statistik Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta : ANDI

Sekaran, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* .Edisi 6-Buku1. Jakarta : Salemba Empat.



Sekaran, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* .Edisi 6-Buku2. Jakarta : Salemba Empat.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.

Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta Pusat : Lentera Ilmu Cendekia.

Sunyanto, Danang (2014). *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, F. & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.

Yuandri, E. & Rahman, Topan Aditya. (2017). *Metodelogi Penelitian Dan Statistika*. Bogor : IN MEDIA.

Website dan Sumber Media Internet :

Amalia & Dartiana, I. (2020, 6 April) Cegah Infeksi Virus Corona dengan Konsumsi 5 Makanan Ini. Daya. Diakses melalui <https://www.daya.id/kesehatan/tips-info/makan-sehat/cegah-infeksi-virus-corona-dengan-konsumsi-5-makanan-ini>, 1 Oktober 2020.

Ditengah Pandemi covid-19 Ekspor Teh Hitam Kian Meroket. Pontas. Diakses melalui <https://pontas.id/2020/06/10/ditengah-pandemi-covid-19-ekspor-teh-hitam-kian-meroket/>, 6 Oktober 2020.

Evani, F.S. (2020, 15 Maret). Produk Teh Hitam Yang Mendunia Asli Dari Indonesia. *Berita Satu*. Diakses melalui <https://www.beritasatu.com/jeis-montesori/nasional/609211/produk-teh-hitam-yang-mendunia-asli-dari-indonesia>, 6 Oktober 2020.

Jajaran Produk PT. Cahaya Karunia Persada (n.d). *Produk PT. CAKAP cakap.co.id*. Diakses melalui www.cakap.co.id/home/produk/blesstea , 4 Oktober 2020

Logo PT. Cahaya Karunia Persada. *Logo PT. CAKAP cakap.co.id*. Diakses melalui <https://www.blibli.com/brand/blesstea>, 30 Agustus 2022.

Pasien Sembuh Harian Melampaui Penambahan Kasus Positif Baru (2020, 28 September). *covid19.go.id*. Diakses melalui <https://covid19.go.id/p/berita/pasien-sembuh-harian-melampaui-penambahan-kasus-positif-baru->, 30 September 2020.

Tim Komunikasi Komite Penanganan Covid 2019 dan Pemulihan Ekonomi Nasional ,2020, 28 September). *covid19.go.id*. Diakses melalui <https://covid19.go.id/p/berita/pasien-sembuh-harian-melampaui-penambahan-kasus-positif-baru->, 30 September 2020.



Jurnal :

Andriani, W. & Realize. *The Influence of Service Quality and Promotion towards Customer Satisfaction At PT. Stainlessindo Anugrah Karya (Case Study in Batam City). Pundi Journal, Vol. 02 No. 02, July 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Adriani, Realize)ISSN: 2355-7052.*

Brady, Cronin. *Some New Thoughts on Conceptualizing Percived Service Quality. Journal of Marketing Vol 11, No12.Pp1082 - 1105*

Dewa, Chriswardana Bayu. *Effect of Service Quality and Sales Promotion of GrabCar Services on Customer Satisfaction (Case Study of Tourists in Yogyakarta. Prespectif Vol.XVI, No.1, March 2018, p-ISSN: 1411 – 863, e-ISSN: 2550 - 1178*

Silvia, Fernando. & Surya, I. *effect of service quality and sales promotion on customer satisfaction at PT. Transpac Logistics. AKSARA PUBLIC journal Vol.3, No.3, August 2019 Edition (184-197) EDUTECH CONSULTANT BANDUNG.*

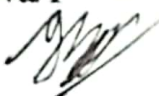
Tandiono, A. & Raymond. *Effect of Service Quality and Promotional Quality toward Customer Satisfaction at PT. Panca Daya Sukses (Case Study in Batam City). EMBA Journal, Vol.8, No.1, February 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Andi.T, Raymond) ISSN 2303-1174.*

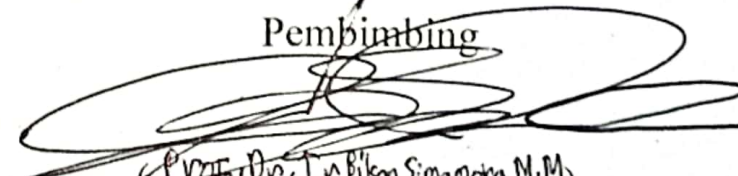
**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Galen Ewaldo
NIM : 29150188 Tanggal Sidang : 29 September 2022
Judul Karya Akhir : Hubungan Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan
Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada
Di Wilayah Jakarta Barat

Jakarta, 12 / Oktober 20 22

Mahasiswa/I

(...Galen Ewaldo...)

Pembimbing

(Prof. Dr. I. N. Pilsen Simamora, M.M.)

Institut Bisnis

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Pengerjaan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.